REINGENIERIA DE EMPRESAS

Unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.

EMPRESA DE EDICION

Compañía dedicada a la edición de películas y cintas de video. No hay que confundirla con empresa editora.

EMPRESA DE INVESTIGACION DE PRODUCTO

Empresa dedicada a realizar estudios sobre el potencial y la aceptación de un nuevo producto, estudios de productos competitivos, pruebas sobre productos existentes, estudios sobre el diseño y características físicas de embalaje o cualquier otro análisis de producto.

EMPRESA EDITORA

Compañía dedicada a la publicidad de material impreso, libros y folletos. Es un término distinto al de la empresa de edición.

EMPRESA GLOBAL

Es aquella que debido a sus operaciones están distribuidas en más de un país, tienen unos costes más bajos. Esto se debe a la distribución más racional de sus unidades de investigación, producción, distribución, marketing, finanzas, etc. , en países con economías mas ventajosas o que representan una porción significativa de sus mercado. Estas compañías que operan a nivel global deben decidir, una ves que decide penetrar un mercado de un país extranjero, la mejor manera de hacerlo. Existen varios métodos de realizarlo:

- Con exportaciones directas
- Con exportaciones indirectas
- Mediante licencias
- A través de una Joint venture.
- A través de un inversión directa.

EMPRESA ORIENTADA A LOS GRUPOS DE INFLUENCIA

Empresa con una actitud positiva hacia el mantenimiento y promoción de las buenas relaciones con

los grupos de influencia. Esta tarea no se centra en un único departamento o área de la empresa sino que se asume por todos los componentes de la misma como una actividad necesaria, cuya coordinación es realizada por un departamento.

EMPRESA ORIENTADA HACIA LA COMPETENCIA

Empresa cuyos movimientos están básicamente determinados por las acciones y reacciones de la competencia. Esto puede representar un peligro si se deja de tener en consideración a los clientes y se pierde una dirección predeterminada para cumplir los objetivos. Analizando esto se observan efectos positivos y negativos en esta orientación.

- Positivos: se desarrolla una orientación de lucha estando el personal en constante alerta sobre posibles debilidades propias.
- Negativas: se actúa en base a reaccionar, en vez de desarrollar una estrategia orientada al cliente.

Es conveniente que las empresas se centren tanto en la competencia como en el cliente

EMPRESA RETADORA

Una empresa retadora es aquella que trata de incrementar su rentabilidad atacando principalmente al líder del mercado

EMPRESARIO

Persona que posee unas posibilidades determinada para el desarrollo de la actividad comercial, como por ejemplo, visión, liderazgo, asunción del riesgo etc. Es capaz de aunar las diversas partes necesarias para hacer funcionar una empresa y obtener un beneficio.

EMPRESAS COLABORADORAS EN LA DISTRIBUCIÓN.

Conjunto de empresas que prestan una serie de servicio eventuales de apoyo, transporte, almacenaje, publicidad, financiación, etc.; que hacen posible la distribución de bienes y servicios. En su desempeño, las empresas de asistencia ni adquieren los vienes o servicios

ni negocian su venta, solo realizan trabajos que posibilitan la relación entre productor, intermediario y usuario final.

EMPRESAS COMO DONATES

Son organizaciones empresariales que proporcionan fondos para los fines diversos, como educación, sanidad, servicios civiles culturales o sociales. Estas aportaciones suponen deducciones fiscales para el donante por lo que puede ser interesantes.

EMPRESAS CON ORIENTACION A LA TECNOLOGIA

Empresas con un importante departamento de I+D que trabajan para generar innovaciones y productos paulatinamente perfeccionados. La tasa de éxito de sus prototipos suele ser baja, aunque pueden llegar a desarrollar productos nuevos. Trabajan con costes muy altos.

EMPRESAS DE INVESTIGACION DE MARKETING

Son empresas al servicio de otras (sobre todo PYMES, ya que las grandes empresas suelen tener su propio departamento), para realización de investigaciones de marketing. Dichas empresas se pueden clasificar en:

- Empresas de investigación de servicio sindicado. Recogen periódicamente información sobre consumo y la envían a sus clientes a cambio de una cuota.
- Empresas o Institutos de investigación de mercado. Se les encarga un estudio específico cuya propiedad paz ha ser del cliente.
- Empresas de servicios de investigación de mercado. Prestan su servicio a otra empresa de investigación de mercado o departamento de una empresa; por ejemplo, las empresas que realizan el trabajo de campo.

EMPRESAS DE MARKETING

Empresas que asisten a otra que les contratan, ayudándolas en todas las tareas relacionadas con la identificación y promoción de sus productos y servicios en los mercados adecuados. Este término incluye empresas tales como agencias de publicidad, empresas de investigación de mercados, consultarías de marketing, etc.

EMPRESAS DE MEDIOS MASIVOS

Empresas centradas en los medios masivos de comunicación (televisión. Radio, prensa). Constituyen uno de los canales de comunicación más utilizados por las empresas para dar a conocer sus productos. Tiene carácter impersonal frente a otros canales de comunicación como las ventas.

EMPRESAS DE SERVICIOS

Empresas que ofrecen productos básicamente intangibles.

EMPRESAS SEGUIDORAS EN EL MERCADO

Empresa que, en una posición intermedia en el mercado, decide no intentar el salto a posiciones superiores y basa sus estrategias en la imitación del líder.